

# A IMAGEM DOS MORTOS E UM MAU PRESSÁGIO: TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO, ZUMBIS FASCISTAS E UMA CRÍTICA DA FORMA-ESTÉTICA DA MERCADORIA<sup>1</sup>

Samuel da Cunha SOARES<sup>2</sup>;

<sup>1</sup> GT7 - Estudos Críticos em Ciência da Informação

<sup>2</sup> Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), samuelsoares.cso@gmail.com.

## RESUMO

O seguinte trabalho busca produzir e sistematizar problemáticas e hipóteses sobre como uma crítica estética da socialização pelo valor poderia servir para a compreensão de fenômenos neofascistas nas tecnologias da informação. Trata-se de como este aspecto específico poderia ser pensado para os regimes de informação, relacionando a crise do valor às crises envolvendo a atual condição informacional, como “crise da representação”, “crise da verdade” e sua correlação com o crescimento de ideais fascistas no ambiente digital. Schneider (2025) norteia esta discussão sob o termo “fascismo zumbi”, que se referiria a este “retorno” do fascismo ao “*mainstream*” da violência política.

Scholz (1996), ao tratar da relação do patriarcado por meio da mediação do valor, aponta que a relação social da mercadoria produziria cisões entre um polo positivo valorativo e um polo negativo, num movimento de “objetivação valorativa”. Um aprofundamento poderia ser observado em outros aspectos de cisão da modernidade capitalista como especificidade estética, no valor de uso que se autonomiza como mera aparência (Haug, 1997). Esta característica relacionada à forma-mercadoria, poderia significar que os regimes de informação, enquanto “modo informacional dominante em uma formação social” (González de Gómez, 2012) estariam postos como condição imanente a esta determinação estética.

Num cenário de crise do valor, o capitalismo passaria a se mover em antítese em seus pressupostos categoriais historicamente definidos. Estas miríades de fatores de crise não estariam isoladas, mas encontrariam um fundo comum num modo historicamente específico da percepção social (Benjamin, 2015). Por isso, também, não seria um fator separado o “retorno” de ideais fascistas.

A correlação dos regimes de informação com uma condição estética de cisão do valor, incute pensar também que tais crises da informação não são problemas que podem ser apontados apenas na ordem do discurso, nem meramente enquanto um mal uso ou bom uso das tecnologias que são permeadas pela mediação da forma-mercadoria desde a sua constituição sensível mais básica. A crise do sujeito na modernidade capitalista poderia ser analisada pelo estranhamento de todos os sentidos, tratado por Marx (2010), pelo sentido do ter. Para Debray (1994), o nascimento da imagem como manifestação humana está intrinsecamente ligado à morte, como uma presença/ausência que toma a relação da imagem com o objeto. Assim, a presença de “zumbis fascistas” nas tecnologias da informação poderia ser vista como uma expressão de toda atividade que habita a abstração do capital e domina a vida humana, posta como uma condição específica da imagem na socialização pelo valor.

Tal abordagem poderia direcionar sobre como as forças mais reacionárias do capitalismo tem se apresentado por meio das tecnologias e sua posição no atual cenário produtivo de crise. Além disso, a análise, postula-se, apontaria para um aprofundamento da problemática da forma-mercadoria sobre a informação, em termos filosófico-políticos e epistemológicos, no intuito de pensar as formas possíveis (ou não) de apropriação e criação de tecnologias da informação. Assim, poderia-se visar a emancipação dos sentidos alienados e estranhados que se encontram na configuração das tecnologias sob a propriedade privada.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica**. Porto Alegre: L&PM, 2015.
- DEBRAY, Régis. **Vida e Morte da Imagem: Uma História do Olhar no Ocidente**. Petrópolis: Vozes, 1993.
- GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Regime de Informação: construção de um conceito. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 22, n. 3, p. 43-60, set./dez. 2012. Disponível em: < <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ies/issue/view/1077> >.
- HAUG, Wolfgang Fritz. **Crítica da Estética da Mercadoria**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.
- MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2010a.
- SCHNEIDER, Marco. **Fascismo Zumbi: desinformação, mídias sociais, inteligência artificial e outras histórias de terror do nosso tempo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2025.
- SCHOLZ, Roswitha. **O Valor é o Homem**. 1996. Disponível em: < <http://www.obeco-online.org/rst1.htm> >